

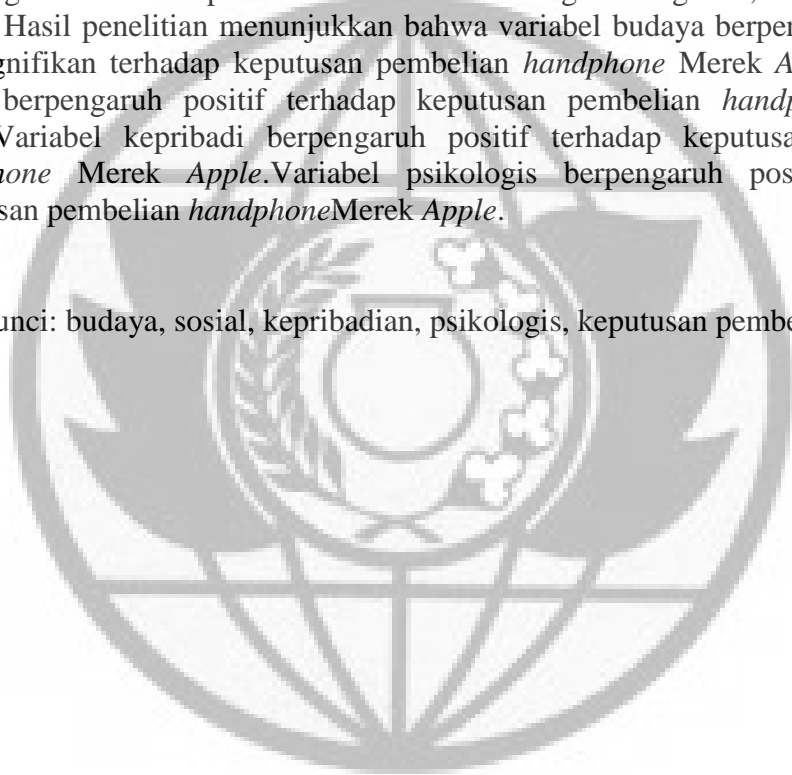
INTISARI

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis budaya, sosial, kepribadian dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *handphone* merek *Apple*.

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan metode kausal komparatif yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan *handphone* merek *Apple*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda,

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Merek *Apple*. Variabel sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Merek *Apple*. Variabel kepribadian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Merek *Apple*. Variabel psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *handphone* Merek *Apple*.

Kata kunci: budaya, sosial, kepribadian, psikologis, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research is aimed to find out and to analyze social, culture, personality and psychology give significant influence to the purchasing decision of apple brand handphone. This research is a quantitative research which is done by using comparative casual method i.e. a type of research with the characteristic of the problem in the form of cause and effect correlation between two variable or more. The population of this research is all customer who have ever used apple brand hand phone. The sample collection technique has been done by using accidental sampling and the total samples are 100 people. The data analysis technique has been carried out by using multiple regressions analysis. The result of the research shows that the culture gives significant and influence to the purchasing decision of apple brand hand phone. The psychology gives positive influence to the purchasing decision of apple brand hand phone.

Key words: culture, social, personality, purchasing decision

